Françoise Montambeault
Anne-Marie Gill

Les développements technologiques et numériques dans le domaine de la musique

ÉTAT DE LA SITUATION

Mai 2002

Société de développement des entreprises culturelles
Québec

103-00534/

Les développements technologiques et numériques dans le domaine de la musique

ETAT DE LA SITUATION

Analyse et rédaction
Françoise Montambeault
Stagiaire

Direction des travaux
Anne-Marie Gill
Chargée de projets

Direction générale politiques,
communications et affaires internationales
SODEC

Mai 2002

Les cahiers de la SODEC
215, rue Saint-Jacques, bureau 800
Montréal (Québec)
H2Y 1M6
www.sodec.gouv.qc.ca

Direction de la publication : Bernard Boucher,
Direction générale politiques, communications et affaires internationales – SODEC
Édition : Nancy Bélanger, Direction des communications – SODEC
Révision linguistique : Monique Désy-Proulx
Conception graphique de la couverture : Alibi Acapella
Production : SODEC

ISBN 2-550-38963-8
No 02-01-D

Dépôt légal 2002
Bibliothèque nationale du Québec

Présentation

Le déploiement des réseaux de communication et la numérisation croissante des œuvres et des contenus dans de nombreux domaines culturels, notamment ceux du cinéma, de la télévision, du livre et de la musique, viennent révolutionner la façon de créer, de produire, de diffuser ou de distribuer les œuvres culturelles. Il importe de bien observer l'évolution de ces changements et de procéder progressivement à la modification des pratiques. De par son mandat, la SODEC a entrepris à cet égard l'amendement de ses différents dispositifs d'aide, sous réserve de ses disponibilités financières.

Le présent document sur les développements technologiques et numériques dans le domaine de la musique est le premier d'une série qui sera réalisée au cours de l'année 2002-2003 dans le cadre des réflexions que mène la SODEC à l'interne, ainsi qu'au sein de ses diverses commissions afin de travailler adéquatement aux adaptations auxquelles convie l'ère numérique.

Table des matières

Présentation 3

Faits saillants 7

1. Introduction 13

2. L'historique de la convergence de la musique et de l'Internet 13

   2.1 La vente de musique en ligne 14

   2.2 Les nouveaux formats de numérisation 16

   2.3 Les systèmes d'échange de fichiers musicaux 19

3. La gratuité sur Internet : un frein à l'essor de l'industrie du disque 21

   3.1 Le phénomène Napster et ses concurrents 21

   3.2 Les enjeux au regard du droit d'auteur 22

   3.3 Le positionnement des *Majors* 23

4. Les effets de la musique en ligne sur la chaîne traditionnelle 23

   4.1 Le développement du marché 25

   4.2 Les conséquences sur les divers acteurs de l'industrie 26

   4.3 Les nouveaux modèles de rentabilité 28

5. La protection du droit d'auteur : régulation 29

   5.1 La redevance sur les supports vierges 29

   5.2 Les protections techniques et juridiques contre le piratage 30

6. Les stratégies des acteurs 33

   6.1 Les *Majors* de l'industrie du disque 33

   6.2 Les autres acteurs de l'industrie 34

7. L'industrie québécoise du disque : présence sur Internet et vente en ligne 35

   7.1 La présence québécoise sur Internet 35

   7.2 Les programmes d'aide au développement technologique et numérique pour les entreprises québécoises du disque et du spectacle de variétés 38

Annexe 1 Les *Majors* de l'industrie du disque: alliances et partenariats 41

Annexe 2 La présence québécoise sur Internet : portrait des sites Internet, Août 2001... 43

Faits saillants

- L'avènement d'Internet et l'évolution sans précédent des nouvelles technologies ont modifié l'environnement musical partout dans le monde et incitent à réviser ou à redéfinir progressivement les pratiques de commercialisation et de protection juridique et technique du droit d'auteur dans le domaine de l'enregistrement sonore.

La convergence de la musique et d'Internet

- Plusieurs phénomènes expliquent la convergence rapide entre la musique et le réseau Internet :
  - l'efficacité (qualité et rapidité) de la dématérialisation de la musique et de sa distribution ;
  - la forte popularité d'Internet chez les jeunes, qui sont de grands consommateurs de musique ;
  - un accès gratuit à de multiples répertoires, facilité par la circulation illégale de milliers de fichiers musicaux.

  On peut comprendre que tous ces facteurs aient interpellé rapidement les différents acteurs de l'industrie du disque, dont les *Majors*, et avivé leur intérêt pour la musique en ligne. D'une part, il n'était pas question de laisser le piratage gagner du terrain et gruger leur marché, et d'autre part les possibilités du commerce en ligne leur offraient une issue prometteuse face à la stagnation du marché observée depuis quelques années, le nombre d'internautes augmentant sans cesse.

- Pour faciliter les échanges de fichiers musicaux sur Internet, on a conçu de nouveaux formats d'enregistrement qui compressent les données audio pour diminuer leur taille et accélérer leur transfert. Parmi ces nouveaux formats, c'est surtout le MP3 qui a été adopté par les internautes, mais plusieurs autres formats existent qui offrent souvent plus de protection aux œuvres régies par le droit d'auteur.

- Il existe deux principaux systèmes d'échange de fichiers musicaux par Internet. C'est surtout le système client/serveur que l'on retrouve sur les sites de *streaming* ou de vente en ligne de fichiers musicaux. Et c'est le système *peer-to-peer* (P2P) qui a le plus révolutionné les échanges, car il permet aux internautes d'échanger les fichiers directement entre eux, sans passer par un serveur central.

La gratuité sur Internet : un frein à l'essor de l'industrie

- Quand les utilisateurs téléchargent des fichiers musicaux par les systèmes *peer-to-peer*, il est difficile de s'assurer qu'ils acquittent les droits d'auteur et cela comporte diverses conséquences dans le domaine de l'enregistrement sonore :
  - les artistes et les détenteurs de droits d'auteur ne sont pas rétribués quand des tiers acquièrent leurs titres ;
  - les entreprises de production perdent le contrôle sur la distribution et la diffusion de leurs productions récentes et sur leur catalogue.

- Avec plus de 60 millions d'utilisateurs, Napster était, avant sa fermeture, le plus gros *fournisseur de musique numérique gratuite* sur Internet. La *gratuité* des fichiers aurait eu, selon l'International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), un impact direct sur les ventes mondiales de *singles*, qui auraient alors chuté de 14,3 % d'unités entre 1999 et 2000. Les différents observateurs du phénomène ne s'entendent pas tous sur l'impact réel de la gratuité, certaines études tendant à démontrer qu'au contraire les utilisateurs de Napster étaient plus enclins à dépenser pour la musique que les autres, mais les chiffres de ventes en baisse ont néanmoins alarmé les grands de l'industrie du disque, et c'est l'une des raisons qui les ont incités à entamer une bataille juridique anti-Napster.

- Après avoir fait front commun et gagné leur cause contre Napster, les *Majors* ont multiplié les partenariats et ont tout mis en œuvre pour investir le commerce de la musique en ligne et conserver ainsi leur monopole. Leurs sites ont été mis en opération à l'automne 2001.

Les effets de la musique en ligne sur la chaîne de valeur de l'industrie

- On a émis certaines hypothèses sur les perspectives de développement du marché mondial de la vente en ligne. L'Institut de l'audiovisuel et des télécommunications en Europe (IDATE) prévoit que ce marché prendra beaucoup d'ampleur au cours des cinq prochaines années, c'est-à-dire qu'il sera multiplié par neuf. Cette croissance serait liée à l'essor du réseau Internet dans des zones géographiques comme l'Europe ou l'Asie et à la forte pénétration de l'accès haut débit dans la zone nord-américaine, et elle toucherait le téléchargement de *singles* plutôt que d'albums complets.

- Parmi les divers intervenants de l'industrie, les fabricants de disques et les détaillants risquent d'être les acteurs les plus touchés par l'éventuelle expansion du marché de la vente en ligne.

- Deux nouveaux modèles de rentabilité se développent actuellement chez les fournisseurs de musique en ligne pour remplacer les fichiers musicaux gratuits. Le modèle des OMD (*Online Music Distributors*) est indépendant de la publicité et offre divers services à l'internaute, de l'abonnement mensuel ou annuel à la vente directe. Le modèle des MSP (*Music Service Providers*) tend pour sa part à diversifier les modes de consommation de la musique et offre plusieurs options tarifaires liées à divers services.

La protection du droit d'auteur : éléments de régulation

- La numérisation de la musique et la multiplication des supports d'enregistrements sonores appellent une mise à jour des systèmes de redevances sur la copie privée et une régulation des protections techniques et juridiques du droit d'auteur pour contrer le piratage.

La redevance sur la copie privée

- Comme suite à l'utilisation croissante de nouveaux supports audio pour l'enregistrement de la copie privée, la Société canadienne de perception de la copie privée (SCPCP) a proposé, en mars dernier, à la Commission du droit d'auteur d'assujettir ces nouveaux supports à une redevance. Actuellement, les redevances s'appliquent aux cassettes audio, aux mini-disques, aux CD-/RW et aux CD-R/RW audio. La SCPCP propose de percevoir, à compter de 2003, une redevance sur les DVD inscriptibles, les lecteurs MP3, la mémoire flash amovible et les mini-disques durs amovibles. Par ailleurs, vu l'augmentation de l'utilisation des différents supports à des fins d'enregistrement de la musique, la SCPCP recommande un ajustement des tarifs en vigueur. La Commission du droit d'auteur recevra les avis des différents intéressés et organisera les consultations habituelles dans les prochains mois avant de prendre une décision sur les recommandations de la SCPCP.

Les protections techniques et juridiques contre le piratage

- Le piratage consiste actuellement à télécharger les fichiers musicaux, à les diffuser sur la toile ou à faire des copies d'enregistrements existants. l'*International Federation of the Phonographic Industry (IFPI)* estime à l'heure actuelle qu'environ un disque compact sur trois en circulation dans le monde serait une copie illicite.

- Plusieurs systèmes de protection du droit d'auteur ont été conçus pour la musique numérique. Il existe actuellement trois grands systèmes : le *Digital Right Management* (DRM), la *Secure Digital Music Initiative* (SDMI) et le *Electronic Media Management System* (EMMS), en plus de quelques autres en développement. Le procédé d'encryptage qui sous-tend ces techniques les rend vulnérables face aux contrefacteurs, le code de cryptage étant généralement assez facile à décoder. Sur le plan de la protection technique, on poursuit les recherches et les expérimentations de

toutes sortes. Il faut néanmoins comprendre qu'aucun système ne présente une protection absolue et ne pourra sans doute jamais le faire dans l'avenir. Plus les techniques se raffinent, plus les méthodes pour les contourner se perfectionnent. On doit donc prévoir une *bataille renouvelable et à long terme* sur ce terrain pour marginaliser les activités de piratage.

- Les solutions juridiques pour contrer les violations du droit d'auteur sont multiples et se situent à divers paliers légaux. Au cours des dernières années, l'exploitation numérique des contenus musicaux a nécessité au Canada de nouvelles interprétations de la Loi sur le droit d'auteur et, malgré l'absence de dispositions spécifiques, on constate que la doctrine et la jurisprudence au Canada ont effectivement reconnu la protection accordée par la loi aux œuvres numérisées.

  En droit international, le droit d'auteur est conféré par la Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques. Cette convention, signée par une majorité de pays membres de l'Organisation des nations unies, est administrée par l'une des seize agences onusiennes, l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI). Pour assurer la protection des œuvres dans le contexte de la numérisation, deux traités ont été signés en 1996 : le Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur (WCT) et le Traité de l'OMPI sur les interprétations et exécutions de phonogrammes (WPTT). Le Canada a signé ces traités en 1999 et depuis ce temps, diverses consultations ont été lancées par le gouvernement fédéral en vue de leur ratification. Les résultats des consultations devront être intégrés au rapport quinquennal sur la Loi sur la droit d'auteur devant être déposé au gouvernement en septembre 2002. C'est au terme de l'ensemble de cette démarche que les traités de 1996 pourraient être mis en vigueur au Canada.

Les stratégies des acteurs

- Afin de contrer la gratuité, les *Majors* ont entamé une campagne anti-Napster qui les a amenées à poursuivre cette société distributrice de musique devant la cour fédérale américaine. Pour percer le marché de la vente en ligne, les *Majors* devaient offrir une diversité. Pour assurer cette diversité du catalogue, elles ont opté pour une stratégie qui consiste à établir entre elles des partenariats et des alliances, et à concevoir des portails Internet, des distributeurs de musique en ligne et des technologies d'échange.

- Pour certains *labels* indépendants, la stratégie consiste à conclure des accords avec des distributeurs de musique en ligne, alors que pour d'autres il s'agit d'assurer une présence sur Internet. Les distributeurs privilégient également les alliances avec les producteurs. Certains artistes ont commencé à faire leur propre promotion sur Internet.

La présence québécoise sur Internet

- Actuellement, environ 45 % des entreprises soutenues par la SODEC en 2000-2001 sont dotées d'un site web plus ou moins complet. La majorité de ces entreprises viennent du secteur industriel. Leurs revenus annuels ne semblent pas déterminer leur présence sur Internet, et ce, dans tous les cas. Peu de sites ont un dispositif de vente en ligne, soit environ 25 %, et aucune entreprise ne propose la vente de musique numérique en ligne.

- Quelques programmes du gouvernement québécois et du gouvernement fédéral soutiennent l'adaptation du domaine de la musique à l'ère numérique. La SODEC se penchera prochainement sur le dossier du commerce électronique de la musique et sur la pertinence d'adapter la mesure de crédit d'impôt pour la production d'enregistrements sonores aux mutations de support de commercialisation en cours.

1. Introduction

Depuis quelques années, l'avènement d'Internet et l'évolution sans précédent des nouvelles technologies ont modifié l'environnement musical partout dans le monde. Le présent rapport vise à dresser un portrait de la situation eu égard aux développements les plus importants des dernières années :

- le phénomène de la gratuité des fichiers musicaux disponibles sur le web grâce à des logiciels comme Napster ou MP3.com ;
- la nouvelle stratégie des acteurs de l'industrie du disque : rapprochements et partenariats entre les *Majors* ;
- les nouveaux modèles de rentabilité pour le marché de la musique en ligne : services d'abonnement, paiement à la pièce, etc.
- le développement par plusieurs grands de l'industrie de nouveaux formats sécurisés pour la distribution de fichiers musicaux en ligne.

Ces différents facteurs redéfinissent plusieurs aspects de la commercialisation des enregistrements sonores et demandent une révision des protections juridiques et techniques du droit d'auteur dans le domaine. Nous décrivons ici l'état de la situation et tentons d'identifier les enjeux et d'évoquer les effets potentiels de ces divers phénomènes sur le marché. Pour ce faire, nous nous basons principalement sur une étude de l'Institut de l'audiovisuel et des télécommunications en Europe (IDATE), *Musique sur Internet* (2001), qui dresse un portrait fort intéressant de la situation. Cette source est réputée fiable et cette analyse a l'avantage d'être appuyée sur les plus récents développements.

Dans les dernières parties de notre document, nous traçons un profil de la présence des entreprises québécoises du disque et du spectacle de variétés sur Internet ainsi que des programmes publics auxquels elles ont accès pour élargir et consolider cette présence.

2. L'historique de la convergence de la musique et de l'Internet

L'édition musicale en ligne est un phénomène relativement récent, mais qui a déjà subi de multiples changements depuis ses débuts. En effet, les technologies de pointe en matière de réseau Internet n'arrêtent pas de changer, par bonds plus ou moins marqués. Il est d'ailleurs difficile de suivre tous ces développements, de prévoir leurs effets sur la filière du disque et la manière dont ils s'insèreront dans l'économie et les pratiques

des consommateurs. Nous tentons néanmoins, dans la section qui suit, de décrire 1) les conditions qui favorisent le développement de la musique en ligne, 2) la nature des divers dispositifs de numérisation des fichiers musicaux actuellement disponibles, 3) la nature des systèmes de partage des fichiers et, enfin, 4) la configuration des principaux systèmes de vente en ligne. Étant donné l'évolution rapide des technologies, l'information produite peut rapidement être désuète et le lecteur doit savoir qu'une vigilance constante est indispensable.

2.1 La vente de musique en ligne

Plusieurs phénomènes expliquent la convergence rapide entre la musique et le réseau Internet au cours des dernières années :

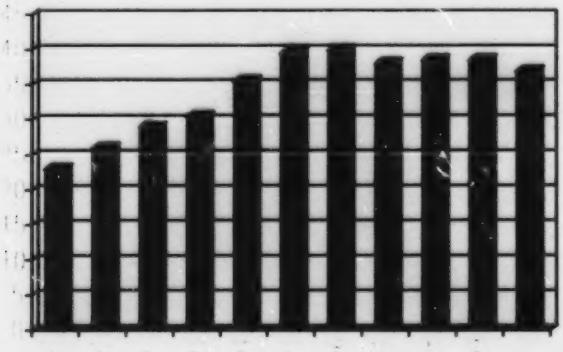
- l'efficacité (qualité et rapidité) de la dématérialisation de la musique et de sa distribution ;
- la forte popularité d'Internet parmi les jeunes, lesquels sont parmi les plus grands consommateurs de musique ;
- un accès gratuit à de multiples répertoires, facilité par la circulation illégale de milliers de fichiers musicaux.

On peut comprendre que tous ces facteurs aient rapidement interpellé les différents acteurs de l'industrie du disque, dont les *Majors*, et avivé leur intérêt pour la musique en ligne. Il n'était donc pas question qu'ils laissent le piratage gagner du terrain et gruger leurs parts de marché. Face à la stagnation du marché qui sévissait depuis quelques années, une solution prometteuse se profilait grâce aux possibilités offertes par le commerce en ligne et l'augmentation constante du nombre d'internautes.

2.1.1 La stagnation du marché du disque

Tout d'abord, on peut expliquer en partie la convergence rapide entre la musique et le réseau Internet par le besoin de sortir de la récente stagnation du marché du disque. C'est du moins le point de vue que soutiennent les auteurs de l'étude *Musique sur Internet* (2001). En effet, depuis le milieu des années 1990, on constate une tendance du marché mondial à la stagnation (voir Figure 1), voire à la baisse, les ventes étant passées de 38,5 milliards de dollars US en 1999 à 36,9 milliards de dollars US en 2000.

Figure 1 Évolution du marché de la musique entre 1990 et 2000 (en milliers de dollars US)



Source : SNES 2000

Cette baisse du chiffre d'affaires de l'industrie mondiale du disque s'explique par plusieurs facteurs. En effet, selon l'Institut de l'audiovisuel et des télécommunications en Europe, la stagnation des ventes de disques — amorcée en 1995 — aurait plusieurs causes :

> « La multiplication des genres et sous-catégories musicales, ce qui rend plus difficile la couverture des frais fixes engagés par les producteurs. Ainsi, seulement 10 % à 20 % des nouvelles sorties seraient rentables ;
>
> La baisse de la durée de vie des artistes accentue ce phénomène (les Beatles [qui sont une exception aujourd'hui] apparus il y a 40 ans assurent toujours des revenus aux *Majors* sans frais marketing supplémentaires) ;
>
> Le CD, qui avait permis un décollage des ventes, n'a pas trouvé son successeur [et depuis l'essoufflement du phénomène « CDboom », la croissance dans les plus grands marchés est au ralenti] ;
>
> Les prix des CD, souvent jugés excessifs par les consommateurs, ne peuvent être augmentés ;
>
> Les copies ou utilisations illégales de la musique sont également montrées du doigt. Le piratage de titres et la contrefaçon coûteraient 5 milliards de dollars par an à l'industrie[1].»

Par ailleurs, l'importance et les causes de la baisse des ventes enregistrées dans l'industrie du disque au cours des dernières années varient selon les marchés et selon les régions du

[1] IDATE, 2001. *Musique sur Internet*, p. 24.

monde. Par exemple, aux États-Unis, c'est surtout la chute des ventes de *singles* qui a eu un effet sur l'industrie, alors qu'en Asie, où la baisse du marché est très marquée, c'est *le taux* élevé de piratage qui aurait eu une influence. Face à cette situation, il apparaît pour plusieurs, dont les *Majors*, que le marché de la vente en ligne permettrait un nouvel essor de l'industrie.

2.1.2 La croissance du nombre d'internautes dans le monde

Dans un deuxième temps, on explique la convergence presque naturelle de la musique et d'Internet par la forte croissance du nombre d'internautes dans le monde au cours des dernières années. Le marché de consommateurs potentiels de musique numérique a presque quintuplé entre 1997 et 2001, passant de 90,6 millions d'utilisateurs en 1997 à 427,1 millions en 2001. Évidemment, une telle communauté d'internautes constitue un marché à fort potentiel pour l'industrie de la musique, qui pouvait, en développant des systèmes de vente en ligne de musique numérique, accroître son potentiel de ventes annuelles avec une nouvelle clientèle.

Les prédictions actuelles pour les années à venir indiquent que le taux de croissance du nombre d'internautes connaîtra un ralentissement. En fait, seules l'Asie ou l'Amérique du Sud pourraient connaître encore des taux de croissance relativement élevés dans les trois prochaines années, le développement d'Internet y étant actuellement en cours. Par contre, le ralentissement prévisible du taux de croissance du nombre d'internautes ne devrait pas influencer outre mesure la croissance du marché de la musique en ligne. En fait, le bassin de consommateurs potentiels devrait continuer d'augmenter, car le taux de pénétration de l'accès haute vitesse aux États-Unis devrait connaître une croissance contenue.

2.2 Les nouveaux formats de numérisation

Les fichiers musicaux, pour être enregistrés dans un système informatique, doivent être codés et formatés de façon spécifique pour emmagasiner les données audionumériques. Les principaux systèmes d'exploitation (MacOs de Apple et Windows de Microsoft) ont mis au point, au cours des années, leur propre format audio. Ces formats ont une qualité sonore excellente, mais occupent actuellement beaucoup trop d'espace : il est presque impossible de transférer par Internet des fichiers ainsi formatés, car le processus est trop lent. Ces formats ne favorisant pas le développement de la musique en ligne, on en a rapidement conçu de nouveaux qui permettent de compresser les données audio pour que celles-ci soient de plus petite taille et donc plus rapides à transférer par Internet. Actuellement, il existe plusieurs formats, et bien que l'on connaisse et utilise principalement le MP3, tous contribuent au développement rapide de la distribution de musique en ligne.

2.2.1 Le MPEG Layer-3 (MP3)

Le format MP3 est de loin le plus utilisé par les consommateurs de musique en ligne, et le plus répandu dans les organismes de distribution de musique sur le Web. Disponible depuis 1993, le MP3 s'est popularisé rapidement avec le développement du réseau Internet. Ce codec[2] audio possède plusieurs propriétés intéressantes pour ses utilisateurs, car il permet de télécharger, c'est-à-dire d'enregistrer une copie du fichier, illégalement ou non, sur le disque dur de l'ordinateur de l'utilisateur. Il permet par ailleurs d'écouter immédiatement le fichier sur l'ordinateur. Grâce à ce format, on peut non seulement écouter les pièces musicales en *streaming*[3] sur le site Internet, mais on peut aussi les conserver sur le disque dur de son ordinateur personnel.

Une vaste polémique a entouré l'émergence du format MP3. Bien que celui-ci ait été unanimement reconnu par l'industrie du disque comme étant le plus populaire auprès des consommateurs, l'industrie ne voulait pas commercialiser la musique sous ce format en raison des divers problèmes qui lui sont imputables. En effet, nous l'avons vu, le format MP3 permet de télécharger gratuitement de la musique protégée par le droit d'auteur, malgré l'illégalité de ce geste. La preuve concrète de cela a été l'apparition du logiciel Napster, qui permettait l'échange de fichiers MP3 entre utilisateurs et ce, gratuitement. Or, il est difficile de contrôler l'utilisation que les gens font du MP3 : la facilité de conversion des fichiers musicaux vers ce format, entre autres, grâce à la disponibilité sans frais des logiciels de conversion et d'écoute, permet à tous les internautes de s'en servir et, le cas échéant, d'en faire profiter leur entourage tout à fait gracieusement. Ainsi, en très peu de temps, les pratiques des consommateurs ont eu le dessus sur la volonté des *Majors* de bannir ce format. Le MP3 s'est imposé sur le marché.

Cependant, le format MP3 a aussi des faiblesses. Bien qu'il soit le standard admis pour la musique numérique, ce format est en retard, technologiquement, par rapport à l'évolution de la musique et des autres codecs. La qualité sonore des fichiers MP3 n'est pas optimale, et pour qu'elle le soit, il faudrait réduire la compression du fichier ce qui le rendrait plus gros et plus long à télécharger. Ainsi, la qualité audio des disques compacts est de beaucoup supérieure à celle des MP3, mais jusqu'à maintenant, cette différence n'a pas dissuadé les consommateurs.

---

[2] Composant de logiciel qui transforme l'audio d'une forme non compressée à une forme compressée dans laquelle il est stocké et distribué. Le terme codec vient d'une contraction entre les mots COdage et DÉCodage.

[3] Écoute en temps réel d'un extrait musical ou d'un titre complet, sans possibilité d'enregistrer un fichier sur le disque dur de l'utilisateur.

2.2.2 Windows Media Audio (WMA)

Ce format de Microsoft permet de diffuser des fichiers audio sur large bande, avec une qualité sonore mono et stéréo s'approchant du disque compact. Il est adapté aux transmissions sous forme de fichier téléchargeable ou en *streaming* quand il est utilisé avec un autre logiciel. Ce codec est en pleine expansion ; Microsoft a signé plusieurs accords avec les cinq grandes maisons de disques et plusieurs autres acteurs du domaine de la musique numérique. Finalement, Microsoft a présenté en janvier 2002 une nouvelle technologie associée au logiciel *Windows Media Audio* et qui permet aux disques compacts de contenir jusqu'à 22 heures de musique. Cette nouvelle technologie commence à être exploitée par certains fabricants de lecteurs audio pour les voitures.

De plus, ce format commence à pénétrer le marché de la consommation domestique. Selon une étude menée en 2000 par la firme Nielsen/NetRatings, qui portait sur les utilisateurs domestiques des sites Internet de *streaming* audio et vidéo, *Windows Media* occupe 38 % du marché total[4], partagé entre le *streaming* audio et vidéo. Le format WMA accuse pour sa part une augmentation de 20,7 % d'utilisateurs entre juillet et novembre 2000, ce qui porte à croire que ce format commence tranquillement à se faire une place sur le marché de la musique numérique.

La sécurité de ce format pour la protection du droit d'auteur offrait jusqu'à récemment de bonnes garanties, en limitant le nombre de copies qui pouvaient être reproduites à partir d'un original. Toutefois, l'automne dernier, un *hacker* a conçu et mis en circulation un logiciel qui supprimait cette limite, le *FreeMe.exe*. Microsoft travaille sans doute sur de nouvelles solutions : c'est un dossier à suivre.

2.2.3 RealAudio

Le format *RealAudio*, développé en 1995 par RealNetworks, est l'un des formats les plus importants dans le domaine du *streaming* audio, et bien que le WMA de Microsoft soit à la veille de le dépasser, il est toujours le format le plus utilisé par les consommateurs privés[5]. La dernière version du format *RealAudio*, disponible depuis octobre 2000, a une vitesse d'encodage très rapide, de même qu'une qualité audio près de celle d'un disque compact et ne permet pas de télécharger des pistes sonores sur le disque dur de l'ordinateur. Ce format ne permet pas de conserver en mémoire les fichiers musicaux, ce qui élimine la copie illicite.

Ce format est très présent sur les sites de *streaming* audio, et ce en raison des multiples accords signés par RealNetworks avec plusieurs acteurs de l'industrie pour la diffusion de sa technologie. Par contre, la montée rapide du format WMA de Microsoft risque de déloger *RealAudio* de plusieurs sites de *streaming* dans les prochaines années.

---

[4] 35 millions d'utilisateurs au total.

[5] Selon la firme Nielson/NetRatings, 27,7 millions d'utilisateurs en 2000 contre 13,2 millions pour WMA de Microsoft.

2.2.4 Liquid Audio

Tout comme le MP3, le format *Liquid Audio* permet de télécharger des fichiers musicaux, mais il possède un avantage pour l'industrie du disque : son système de sécurité contre la copie illicite et les violations du droit d'auteur est basé sur l'encryptage, c'est-à-dire le marquage numérique des œuvres qui oblige l'utilisateur à être préalablement autorisé pour télécharger le fichier. C'est donc un format de distribution intéressant pour les détenteurs de droit d'auteur et pour le développement de la musique en ligne.

Liquid Audio, qui vise à remplacer le MP3 sur le marché de la musique en ligne, a signé des accords avec les cinq *Majors* de l'industrie du disque, ce qui lui donne une avance considérable sur ses concurrents potentiels. Mais il reste encore beaucoup à faire avant que le format *Liquid Audio* domine le marché de la distribution sécurisée de musique en ligne, car il n'a pas encore réellement percé le marché des consommateurs privés.

***

Nous avons vu les principaux formats d'encodage de la musique numérique. Il en existe quelques autres, mais pour l'heure, le marché est plutôt dominé par ceux décrits ci-dessus. Évidemment, de nombreux autres sont aussi en développement, notamment dans les grandes maisons de disques. Actuellement, la tendance démontre que, au regard des codecs, les développements technologiques vont vers des systèmes multifonctionnels, ce qui permet de lire un fichier et de gérer les droits d'auteurs pour toutes les activités (écoute, téléchargement, gravure). Du côté des utilisateurs privés de musique en ligne, une mentalité d'utilisateurs-payeurs risque de prendre plus de temps à s'implanter, car les usagers se sont habitués à la gratuité des fichiers sur le réseau.

2.3 Les systèmes d'échange de fichiers musicaux

Il existe deux principaux systèmes d'échanges de fichiers musicaux par Internet, avec leurs variantes respectives. Celui que l'on retrouve principalement sur les sites de *streaming* ou de vente en ligne de fichiers, c'est le système client/serveur. Par ailleurs, c'est le système *peer-to-peer* (P2P) qui a révolutionné les échanges, car il permet aux utilisateurs de s'échanger des fichiers sans passer par un serveur central. Nous verrons les particularités de ces deux systèmes et leurs effets sur la musique numérique.

2.3.1 Le système client/serveur

On retrouve un exemple typique de ce système avec le fournisseur de musique en ligne MP3.com. En fait, ce système fonctionne sur une base assez simple, le serveur central du fournisseur contient tous les fichiers musicaux qui sont transmis directement à l'utilisateur, sur demande. Ainsi, il est facile de gérer les acquisitions, car l'utilisateur doit absolument transiger par le serveur central. Les droits d'auteurs ne peuvent donc être violés, car le serveur s'assure que les frais reliés au téléchargement du fichier sont acquittés par l'utilisateur avant même que l'échange ait lieu. Plusieurs fournisseurs de musique en ligne utilisent ce système pour les échanges avec les consommateurs.

2.3.2 Le système peer-to-peer (P2P)

Le système d'échange de fichier P2P est utilisé par la plupart des fournisseurs de fichiers musicaux gratuits, d'où l'intérêt de l'observer de près. Ce système a révolutionné le partage de fichiers, car les échanges se font entre deux utilisateurs et n'ont plus à passer par le serveur central. Il ne peut donc y avoir aucun contrôle sur les fichiers échangés, ce qui rend ce système efficace pour les échanges gratuits. Deux variantes principales de ce système existent actuellement, le P2P centralisé (Napster) et le P2P décentralisé (Gnutella).

Le P2P centralisé, comme le système de la controversée firme qui exploitait Napster, est un système qui permet l'échange direct de fichiers musicaux entre utilisateurs par le moteur de recherche Napster ou tout autre. En utilisant les fichiers musicaux qui se trouvent sur les ordinateurs de plus de 60 millions d'utilisateurs, la banque de titres disponibles est pratiquement illimitée, et le serveur central ne sert qu'à faciliter le contact entre les utilisateurs. Avec ce système, le consommateur n'a qu'un interlocuteur pour le téléchargement de musique, et il est difficile — sinon impossible — de percevoir le paiement des redevances au titulaire des droits d'auteur. Avec ce système, et particulièrement celui exploité par Napster, les consommateurs ont profondément modifié la façon de voir la musique en ligne. La perception de la question du droit d'auteur et de la gratuité des services du Web n'est plus la même que lorsque les technologies permettaient d'empêcher la copie illicite. Il est presque devenu naturel de se procurer de la musique gratuitement sur Internet : bien souvent, les gens qui le font ne sont pas considérés comme des pirates et, du reste, n'ont pas conscience d'en être.

Le P2P décentralisé, comme le système Gnutella, est encore plus ouvert que le premier. En effet, le logiciel Gnutella téléchargé gratuitement sur le serveur permet aux utilisateurs de devenir eux-mêmes des serveurs multiples, sans l'intermédiaire du serveur principal. L'utilisateur peut donc, gratuitement, télécharger les fichiers musicaux archivés par un autre utilisateur et ce, directement, sans aucun intermédiaire. Au regard de la protection du droit d'auteur, ce système comporte le même problème que le P2P centralisé, à la différence qu'ici, le fournisseur du logiciel ne peut être incriminé, car il n'agit pas comme intermédiaire dans l'échange des fichiers.

3. La gratuité sur Internet : un frein à l'essor de l'industrie du disque

Avec le développement d'Internet et la multiplication des systèmes de partage des fichiers *peer-to-peer*, la vision des consommateurs de musique en ligne a beaucoup changé. Alors qu'auparavant on considérait généralement la reproduction illicite de titres comme étant une violation du droit d'auteur et de la piraterie — donc un geste condamnable —, les consommateurs voient maintenant cela comme un geste normal. La gratuité des fichiers musicaux disponibles pour le grand public grâce à des logiciels comme Napster a complètement changé les mentalités, et le transfert de fichiers qui se faisait naturellement entre amis auparavant s'est élargi à toute la communauté Internet. L'industrie du disque a commencé à se questionner sur les effets que ce phénomène de gratuité a sur les ventes d'albums et de *singles*. Les enjeux liés à la question de la gratuité sur le Web sont commerciaux, mais aussi juridiques, et les grands de l'industrie ont, avec le temps, développé une position ferme à ce sujet, ce que nous verrons.

3.1 Le phénomène Napster et ses concurrents

Au cours de la dernière année, nous avons beaucoup entendu parler du phénomène Napster en raison de la médiatisation des poursuites judiciaires dont la société a fait l'objet. Comme on le sait, Napster permettait depuis 1999 l'accès gratuit à son logiciel d'échange et à l'échange illicite de milliers de fichiers musicaux.

Napster utilisait un système *peer-to-peer* qui a révolutionné le monde de la musique en ligne en permettant le partage gratuit de fichiers musicaux entre les internautes du monde entier. Cette *révolution* a rapidement entraîné diverses réactions négatives de l'industrie surtout chez les *Majors* qui l'invoquent pour expliquer les baisses de ventes de disques, notamment des *singles*. En effet, selon la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), les ventes mondiales de *singles* ont chuté de 14,3 % d'unités en 2000[6]. Ainsi, en incitant au piratage de titres, le phénomène de la gratuité des fichiers offerts par Napster ou ses multiples concurrents aurait eu un effet direct sur la vente de *singles* sur le marché mondial du disque. En effet, les fichiers téléchargés sur Napster et les autres systèmes P2P sont généralement des *singles*, et il est vrai également que la stagnation du marché de la musique, comme nous l'avons vu précédemment, est en partie imputable à la chute des ventes de *singles* aux États-Unis (ce type de format représente une grande part des ventes totales dans ce pays). Il n'en fallait pas plus pour que les grands de l'industrie du disque et certains analystes du domaine établissent une relation de cause à effet entre ces deux variables et expliquent ainsi la stagnation du marché.

---

[6] IFPI. 2000. *2000 Recording Industry World Sales*. p. 1.

Avec plus de 60 millions d'utilisateurs, Napster était, avant sa fermeture, le plus gros fournisseur de musique numérique sur Internet. Environ 1,5 milliard de titres ont été échangés par ce système depuis sa création en 1999 jusqu'à sa fermeture en mai 2001. Tous ne s'entendent pas sur l'impact réel de la gratuité. Certaines études tendent à démontrer qu'au contraire, les utilisateurs de Napster sont plus enclins à dépenser pour la musique que les autres, mais les chiffres de ventes en baisse ont alarmé les grands de l'industrie du disque. C'est l'une des raisons qui les ont incités à entamer une bataille juridique anti-Napster, laquelle a mené à la fermeture du site par jugement de la cour en mai 2001. En janvier 2002, après une réorganisation, Napster rouvrait son site, cette fois légalement puisqu'il s'agit dorénavant d'un site d'échange où les utilisateurs paient pour avoir accès aux titres musicaux.

Après la fermeture de Napster en mai 2001, un réseau de distribution de titres gratuits a commencé à se former. De nouveaux systèmes *peer-to-peer* ont vu le jour dans les derniers mois, permettant aux anciens utilisateurs de Napster de continuer à télécharger des fichiers musicaux gratuits sur Internet. Des serveurs comme Gnutella ou Aimster ont repris une part du marché du téléchargement qui pourrait prendre avec le temps une ampleur comparable à celle qu'avait Napster. Mais les *Majors* risquent de ne pas s'en tenir à Napster dans le cadre de la bataille juridique. En fait, le débat sur la gratuité en ligne risque de frapper tout le réseau de distribution gratuite d'ici quelques mois.

3.2 Les enjeux au regard du droit d'auteur

Le phénomène de la gratuité sur le réseau Internet a aussi des conséquences pour les créateurs et les détenteurs de droits d'auteur des œuvres musicales numériques disponibles sur la toile. Il est difficile de contrôler l'acquittement du droit d'auteur par les utilisateurs qui téléchargent avec les systèmes P2P des fichiers musicaux protégés, et cela soulève les problèmes suivants :

- les artistes et détenteurs des droits d'auteur ne sont pas rétribués quand des tiers acquièrent leurs titres ;
- les *Majors* perdent leur contrôle sur la distribution et la diffusion des titres dont ils détiennent les droits ;
- les consommateurs ne perçoivent plus le droit d'auteur comme étant nécessaire, et le téléchargement gratuit de titres protégés n'est plus perçu comme une violation de la Loi sur le droit d'auteur ;

Les problèmes liés au respect de la propriété intellectuelle dans le cas de la musique numérique distribuée gratuitement sur Internet font partie des motifs qui ont poussé plusieurs acteurs de l'industrie à se mobiliser dans l'affaire Napster. Des artistes comme le groupe rock Metallica ou le chanteur Elton John ont participé activement à la campagne

anti-Napster qui a mené à sa fermeture. Ils réclamaient le droit de contrôler la diffusion de leurs œuvres et une rétribution équitable pour cette diffusion sur les réseaux P2P. Dans la bataille juridique contre Napster, les *Majors* ont également dénoncé les violations des droits d'auteur, notamment dans le cas des artistes dont ils sont les producteurs.

3.3 Le positionnement des *Majors*

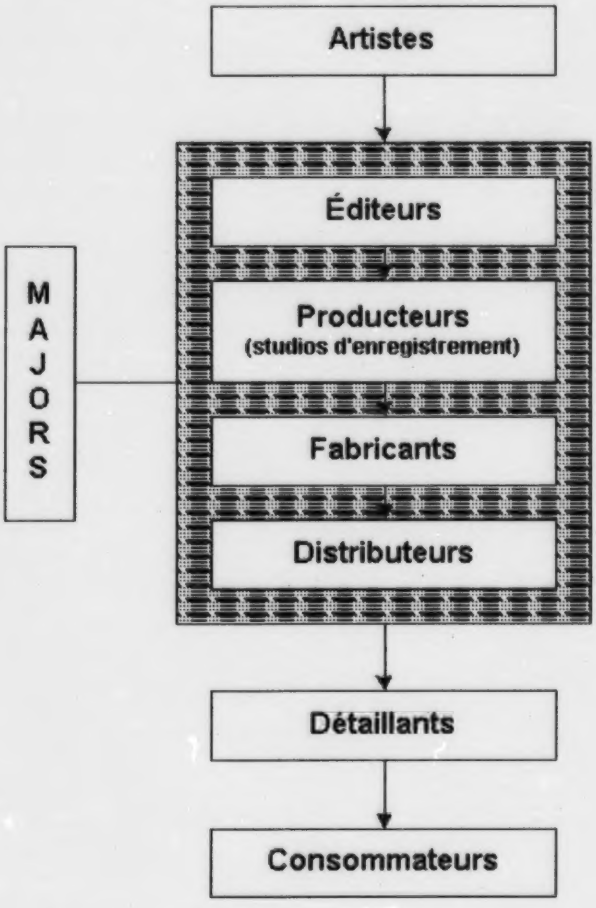
Nous l'avons vu, les *Majors* ont une position assez ferme en ce qui concerne la gratuité des fichiers musicaux sur le Web. La bataille juridique les opposant à Napster et aux autres fournisseurs de MP3 en ligne démontre que les grands joueurs de l'industrie mondiale du disque ne veulent pas perdre le contrôle sur la distribution de la musique dans le monde, et qu'ils ont l'intention de tout mettre en œuvre pour conserver leur monopole. Pour contrer la gratuité et Napster avec ses 60 millions d'utilisateurs, les éditeurs de musique devaient réagir rapidement et enclencher des démarches importantes. C'est ainsi que les cinq grands ont uni leurs voix pour entamer des poursuites en justice : selon eux, il fallait faire fermer Napster et les autres sites de musique gratuite pour que perdure l'industrie du disque dans toutes ses composantes. À la suite d'un jugement de la cour fédérale américaine, les activités du serveur Napster, site d'échanges gratuits, ont dû cesser. Le jugement prévoyait l'installation d'un filtre qui empêcherait le transfert, entre utilisateurs, de fichiers musicaux protégés par le droit d'auteur, mais les problèmes d'efficacité de ce filtre ont mené à la fermeture temporaire du serveur. Par la suite, il a été racheté par BMG Bertelsmann, qui entend en profiter pour se lancer dans la diffusion payante de titres en ligne. La stratégie anti-Napster aura donc porté fruit pour les *Majors*, qui espèrent ainsi reprendre le contrôle de la distribution dans les prochains mois.

4. Les effets de la musique en ligne sur la chaîne traditionnelle

La vente de musique en ligne a aussi son lot de conséquences éventuelles sur l'industrie de la musique. Si, dans les années à venir, ce mode d'échange prend l'ampleur que certains prédisent, la chaîne traditionnelle de l'industrie mondiale de la musique (Figure 2) pourrait se voir profondément transformée, certains intermédiaires actuels n'ayant plus de fonction dans le contexte du commerce électronique.

Par contre, il faut relativiser ces changements : les prévisions des spécialistes au regard du marché du commerce électronique de musique en ligne relèvent de la prospective, et la réalité pourrait évoluer bien différemment. Mais peu importe l'ampleur des changements et la vitesse à laquelle ils se produiront, on peut désormais penser qu'ils exigeront de la filiere du disque qu'elle s'adapte pour suivre les tendances de la consommation. Dans le chapitre qui suit, nous aborderons le développement du marché de la musique en ligne, les conséquences de ce développement sur les acteurs de la chaîne de valeur traditionnelle et les nouveaux modèles de rentabilité.

Figure 2 Chaîne traditionnelle du marché de la musique



Source : IDATE

4.1 Le développement du marché

À ce jour, plusieurs études ont tenté d'évaluer les développements éventuels du marché de la musique en ligne. Certaines estimations peuvent sembler exagérées, mais en général on émet l'hypothèse que le marché mondial de la vente de musique en ligne prendra une importance considérable par rapport aux ventes de musique sous format traditionnel (disques compacts et *singles*). En fait, c'est principalement en raison de l'essor d'Internet dans certaines zones, comme l'Europe et l'Asie, que le marché pourrait croître dans les cinq prochaines années. L'IDATE émet certaines hypothèses au sujet de cette possible croissance du marché, qui se fondent, entre autres, sur les chiffres de vente actuels des divers formats et sur les développements technologiques à venir dans le domaine de la vente en ligne :

- le développement des *Digital Right Manager* (DRM) va apporter des effets positifs sur la valorisation du marché à partir de 2002 ;
- l'apparition de solutions de paiement sécurisé sur Internet devrait produire ses premiers effets positifs sur le marché aux alentours de 2002-2003 ;
- Internet étant par définition un réseau mondial accessible de manière non discriminatoire, la multiplication de l'offre qu'il engendre sera disponible pour tous les internautes, quelle que soit la zone géographique analysée ;
- le développement de l'accès haut débit est l'un des facteurs les plus significatifs du potentiel de croissance du marché, avec le marché américain comme premier bénéficiaire.

Se fondant sur ces hypothèses, l'IDATE avance quelques chiffres concernant l'évolution du marché de la vente en ligne jusqu'en 2006. Ainsi, selon eux, le marché du téléchargement payant est multiplié par neuf entre 2001 et 2006 (voir Tableau 1). Ce sont les États-Unis, surtout en raison du taux de pénétration de l'accès haut débit, qui connaissent la plus haute progression de marché, ce qui représente, en 2001, 47,5 % du marché mondial et, en 2006, 52 %. Les autres zones géographiques accuseront une baisse de représentativité sur le marché en raison du faible taux de pénétration de l'accès haut débit.

L'IDATE divise aussi le marché selon les formats de téléchargement disponibles, soit le marché du téléchargement de *singles* et le marché du téléchargement de « titres équivalent album » (tous les titres présents sur un album pour en faire un équivalent). Ainsi, selon eux, le marché des *singles* connaîtra une croissance grâce au téléchargement. En effet, le marché des *singles* téléchargés devrait devenir aussi important que celui de la vente au détail. Concernant le marché des albums, le téléchargement de « titres équivalent album » commencera à se développer grâce, entre autres, au déploiement de l'accès haut débit, mais tout laisse croire que les albums matériels ne seront pas surpassés par ce format, car la plupart des consommateurs semblent apprécier le matériel associé à l'album (disque, pochette, etc.).

Tableau 1 Marché du téléchargement de la musique en ligne (en millions de $CAD*)

ZONE	2001	2002	2003	2004	2005	2006
États-Unis	460.4	754.9	1225.1	1956.3	3048.1	4570.2
Europe	278.5	441	698.6	1101.4	1715	2611.6
Japon	94.5	143.8	219.4	333.6	505.1	754.1
Reste du monde	135.1	196.3	284.8	411.9	592.7	845.7
Marché mondial	968.5	1536	2427.9	3803.2	5860.9	8781.6

Source : IDATE

* Conversion des montants en EUROS vers le dollar canadien au taux de conversion de la Banque du Canada en date du 10 août 2001.

Ainsi, on peut dire que les perspectives d'essor du marché de la vente de titres musicaux en ligne sont, selon les prédictions de l'IDATE, encourageantes pour les acteurs de l'industrie qui entament le processus. Par contre, il faut prendre garde de s'alarmer avec de telles prévisions. Le marché de la vente au détail d'albums et de *singles* « format matériel » ne disparaîtra pas du jour au lendemain, et il se pourrait que la vente en ligne devienne un outil complémentaire pour l'industrie du disque, touchant un nouveau segment du marché et un nouveau type de consommateurs.

4.2 Les conséquences sur les divers acteurs de l'industrie

Les développements du marché de la vente de musique en ligne auront probablement des effets sur les divers acteurs de la chaîne traditionnelle de l'industrie du disque. Le rapport de l'IDATE évoque l'éventualité des conséquences suivantes :

- le monopole des *Majors* serait amoindri par l'ouverture du réseau Internet qui permettrait aux *labels* indépendants de s'y faire une place, car ce média n'est pas encore investi et contrôlé par les *Majors* ;
- les fabricants devraient voir leur volume d'activités réduit, car ils sont en principe complètement mis à l'écart dans la production de la musique en ligne ;
- les distributeurs pourraient voir leurs activités se diversifier, car la vente en ligne implique la multiplication des canaux de distribution des œuvres. En effet, les sites de vente en ligne devront, eux aussi, être approvisionnés ;
- les détaillants présentent, quant à eux, le segment qui risque le plus d'être fragilisé, car ces intermédiaires, dans un contexte de vente en ligne, n'existent plus. La concurrence en ce domaine pourrait donc connaître une croissance, les distributeurs et les éditeurs se lançant dans la vente directe aux consommateurs ;
- les artistes, principalement dans le cas d'artistes déjà connus, peuvent avoir accès à de nouvelles ouvertures, grâce au développement du réseau Internet. Ils peuvent désormais et pourront continuer d'utiliser ce média pour assurer leur propre promotion, pour auto-

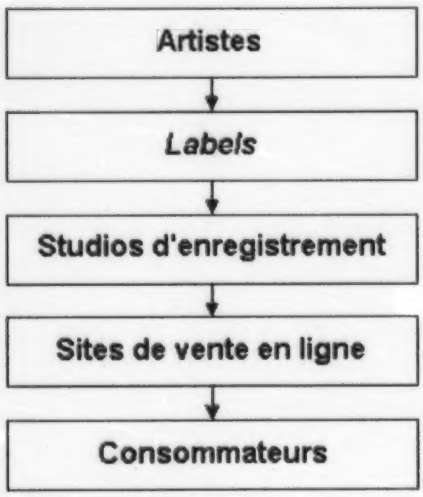
éditer leurs œuvres ou pour participer à leur distribution. Ainsi, ils verraient changer leur rapport de force avec les éditeurs et les producteurs, car ils bénéficieraient alors d'une marge de manœuvre qu'ils n'avaient pas dans le réseau classique ;

- puis, au bout de la chaîne, le consommateur pourrait bénéficier de l'ensemble de ces changements. En effet, la diversité des titres et des fournisseurs lui permettrait d'éviter la toute puissance du monopole des *Majors*, le marché passant alors d'une structure de l'offre à une structure de la demande ;

- enfin, dans le domaine du commerce électronique de musique, précisons que c'est le téléchargement qui affectera le plus la chaîne classique de valeur. Le commerce électronique de titres matérialisés, sur des sites comme Amazon.com ou

- Archambault.ca, n'apporte pas de changement significatif en ce sens que le produit reste le même, un disque compact. Seule la façon de l'acheter est différente, on l'achète sur un site Internet plutôt que chez un détaillant. Par contre, si le domaine de la vente en ligne par téléchargement de titres prenait l'ampleur que l'on estime à l'heure actuelle, la chaîne de valeur ajoutée pourrait être redéfinie (voir Figure 3).

Figure 3 Nouvelle chaîne du marché de la musique numérique



Source : IDATE

Par contre, cette redéfinition de la chaîne de valeur ajoutée pourrait prendre plusieurs années à s'effectuer, car les formats traditionnels de musique ne sont pas prêts de disparaître. Il faut donc prendre ces changements possibles au sérieux, mais en gardant à l'esprit que l'industrie du « disque matériel » est encore forte et restera présente encore longtemps.

4.3 Les nouveaux modèles de rentabilité

Les distributeurs de musique numérique en ligne (*OMD – Online Music Distributors*) ont, depuis leurs débuts, tenté de développer un modèle économique viable et surtout rentable à long terme. Dès le départ, la communauté de la musique en ligne s'est orientée vers la publicité comme source principale de revenus pour rendre viable ce modèle économique. Les OMD, contrairement à d'autres acteurs de la communauté en ligne, ne sont pas arrivés sur Internet avec un catalogue de titres imposant, se concentrant plutôt sur la diffusion d'artistes indépendants et peu connus. Ce faisant, les OMD démontraient leur grande confiance en leur modèle basé sur la publicité. Mais en 2000, avec la crise des *Dotcom* sur le marché, les investissements de capitaux privés sont devenus plus rares, d'autant plus que la majorité des sites de musique ne pouvaient pas réunir assez de visiteurs pour obtenir des revenus de publicité. Ainsi, le modèle économique a dû être repensé. Actuellement, un modèle alternatif, indépendant de la publicité, tend à vouloir s'installer dans la plupart des OMD. Ce modèle est celui de l'abonnement, qui fournit des revenus plus stables aux OMD et qui assure une clientèle régulière. Ainsi, la gratuité pour les consommateurs a été remplacée par un système d'abonnement mensuel ou annuel, avantageux pour le consommateur qui n'a pas à payer à la pièce téléchargée et pour l'OMD, qui a ainsi des revenus assurés chaque mois.

Du côté des fournisseurs de services de musique (MSP – *Music Service Providers*), le modèle s'inspire beaucoup de celui de l'industrie du film. En effet, les MSP se basent sur un modèle de valeur ajoutée qui accroît la valeur de la production musicale. Sa réédition permet en effet d'offrir plusieurs options musicales et tarifaires aux consommateurs, passant de l'abonnement au circuit de musique en ligne, aux applications de gestion simultanées à la radio et dans les médias. C'est la stratégie de MP3.com, qui vise à faire pour la musique ce qui a été fait pour la vidéo avec le VCR et la câblodistribution. Ce modèle économique est intéressant dans la mesure où il permet à l'utilisateur de trouver tout ce qu'il recherche sur une même plateforme, et il permet au MSP de diversifier ses activités, ce qui lui assure une plus grande part de marché, donc des revenus plus stables.

5. La protection du droit d'auteur : régulation

La numérisation de la musique et la multiplication des supports d'enregistrements sonores appellent une mise à jour des systèmes de redevances sur la copie privée et une régulation des protections techniques et juridiques du droit d'auteur pour contrer le piratage.

5.1 La redevance sur les supports vierges

En 1997, la Loi sur le droit d'auteur du Canada a été modifiée pour permettre la reproduction d'enregistrements sonores *pour usage privé*. Avant l'adoption de cette modification, cette activité constituait une violation du droit d'auteur. Par ailleurs, en contrepartie de cette permission, la loi indemnise les titulaires de droits d'auteur en les autorisant à percevoir une redevance sur les supports audio vierges.

C'est ainsi que la Société canadienne de perception de la copie privée (SCPCP) a été créée pour assurer la perception et la gestion de la nouvelle redevance sur les supports audio vierges au nom des compositeurs, éditeurs de musique, artistes-interprètes, grandes maisons de disques et étiquettes indépendantes.

Cet organisme a mis au point un cadre d'évaluation pour établir et réviser régulièrement les montants de la redevance. Ce cadre d'évaluation consiste en un système de calcul, le plus rigoureux possible, qui tient compte des divers usages et des particularités de chaque catégorie de support. Enfin, toute nouvelle proposition ou révision doit être entérinée par la Commission du droit d'auteur. De plus, la Commission du droit d'auteur décide de la répartition des redevances entre les différents intervenants. Pour les années 2001 et 2002, cette répartition a été établie de la façon suivante : 66,0 % aux auteurs admissibles ; 18,9 % aux interprètes admissibles et 15,1 % aux producteurs admissibles.

Comme suite à l'utilisation croissante de nouveaux supports audio pour l'enregistrement de la copie privée, la SCPCP a proposé, en mars 2002, à la Commission du droit d'auteur d'assujettir ces nouveaux supports à une redevance. Actuellement, les redevances s'appliquent aux cassettes audio, aux mini-disques, aux CD-/RW et aux CD-R/RW audio. La SCPCP propose de percevoir à compter de 2003 une redevance sur les DVD inscriptibles, les lecteurs MP3, la mémoire flash amovible et les mini-disques durs amovibles. Par ailleurs, vu l'augmentation de l'utilisation des différents supports à des fins d'enregistrement de la musique, la SCPCP recommande un ajustement des tarifs en vigueur. La Commission du droit d'auteur recevra les avis des différents intéressés et organisera les consultations habituelles dans les prochains mois avant de prendre une décision sur les recommandations de la SCPCP.

5.2 Les protections techniques et juridiques contre le piratage

Le piratage est un sujet d'actualité, mais elle existe depuis longtemps, sous différentes formes. Le piratage actuel consiste généralement à télécharger des fichiers MP3, à diffuser sur la toile ou encore à faire des copies d'enregistrements existants. Ce phénomène prend de plus en plus d'ampleur avec les systèmes de partage de fichiers et la disponibilité des graveurs de disques compacts. L'IFPI (*International Federation of Phonographic Industry*) estime à l'heure actuelle qu'au moins un disque compact sur trois en circulation dans le monde est une copie.

Tableau 2 Estimation de la valeur du piratage dans le monde en 1999 (en millions de $US)

Pays	Valeur du piratage en millions de dollars US	Taux de piratage
Chine	620	90 %
Russie	200	75 %
Brésil	180	50 %
Italie	115	25 %
Mexique	75	40 %
Taiwan	70	25 %
Pologne	55	50 %
Israël	45	60 %
Grèce	45	45 %
Hong-Kong	25	50 %

Source : IFPI 1999

Selon l'IFPI, c'est la copie directe de disques compacts par l'accessibilité des disques « enregistrables » et des graveurs qui est le principal moyen de piratage. Ainsi, la capacité de production de la filiale du disque est réduite par l'ampleur de la vente de copies illicites sur le marché noir. C'est en Asie que la valeur du piratage est la plus marquée, la contrefaçon organisée représentant plusieurs millions de dollars annuellement. Par exemple, en Chine, environ neuf disques compacts sur dix en circulation sont des copies illicites. En Europe de l'Est et en Amérique latine, le phénomène commence aussi à prendre plus d'ampleur et devient une part importante du volume de disques en circulation sur le marché.

Face à l'envergure du phénomène de piratage dans le domaine de la musique, la régulation s'avère très importante. Il existe actuellement plusieurs méthodes pour contrer la contrefaçon. Les diverses solutions explorées à l'heure actuelle par l'industrie se situent sur le plan technique, pour empêcher la contrefaçon à la source, mais aussi sur le plan juridique pour appliquer des sanctions aux contrefacteurs.

Les solutions techniques

Dans le cas des copies illicites de disques compacts, il est possible d'effectuer des perquisitions, de réagir sur le plan physique auprès des contrevenants. Par contre, dans le cas des systèmes de partage des fichiers sur Internet, ce type d'intervention est plus difficile. On se demande en fait comment il serait possible d'intervenir auprès des 60 millions d'utilisateurs de Napster ! Dans ce cas, la protection technique des fichiers est une solution plus appropriée, car elle permet d'éviter une grande part de la contrefaçon à la source. Plusieurs systèmes de protection technique ont été élaborés jusqu'à maintenant. Nous en présenterons ci-dessous les principaux paramètres.

Le *Digital Rights Management* (DRM) est un environnement technologique qui permet de diffuser en toute sécurité des contenus numériques sur le réseau Internet. Il se compose de deux éléments principaux : un mécanisme de cryptage qui prévient la modification des fichiers et un contrôle d'utilisation qui limite l'emploi et la distribution du fichier. En fait, c'est un dispositif qui permet aux détenteurs de droit d'auteur de contrôler la circulation de leurs œuvres. Mais avec le DRM, on n'a pas réussi à trouver une solution au problème des disques compacts non sécurisés qui permettent le transfert des fichiers musicaux en MP3. L'arrivée des lecteurs MP3 a affolé plusieurs intervenants de l'industrie ; étant donné qu'on ne pouvait contrôler le transfert de titres en MP3 par le DRM, il était à prévoir que ces appareils de lecture contribueraient à renforcer le piratage sur Internet.

La *Secure Digital Music Initiative* (SDMI) a réuni plusieurs intervenants de l'industrie pour s'assurer que le secteur technologique travaillait de pair avec eux pour développer des solutions DRM pour les lecteurs portables de musique numérique. Le but était de créer des standards de diffusion sécurisée qui seraient intégrés par les fabricants de lecteurs. Les lecteurs portables de musique numérique comprennent une technologie de filtrage qui capte un signal sur le fichier musical non sécurisé. C'est une technologie de cryptage qui est proposée par la SDMI, et actuellement les spécialistes du piratage et du décodage percent facilement les codes des systèmes de cryptage, ce qui démontre leur fragilité. Néanmoins, il demeure intéressant de protéger les fichiers avec ce système, car il décourage la plupart des pirates amateurs d'aller plus loin dans la contrefaçon.

Le *Electronic Media Management System* (EMMS) d'IBM permet aux internautes de s'échanger des fichiers musicaux et d'en gérer les droits d'écoute, lesquels sont définis par l'émetteur du fichier, qui limite le nombre de jours ou le nombre d'écoutes. Basée sur un système d'encryptage, cette technique n'est pas infaillible, mais elle est très facile à utiliser. C'est une technique compatible avec la plupart des lecteurs portables de musique numérique.

En marge de ces différents systèmes, il existe aussi d'autres techniques, comme les *sniffers* qui dressent une liste des fichiers échangés sur les réseaux P2P, et qui surveillent les internautes fraudeurs. On examine aussi la possibilité de coder les pièces téléchargées depuis une source extérieure afin qu'elles ne puissent être écoutées que sur l'ordinateur qui les a téléchargées. Par ailleurs, certains producteurs, dont les *Majors*, ont commencé à mettre en marché des disques audio protégés contre la copie par un mécanisme empêchant leur lecture par un ordinateur[7]. Plusieurs solutions techniques anti-piratage sont encore en cours de développement dans les firmes informatiques et les organismes de protection du droit d'auteur. On doit comprendre qu'aucun système ne présente une protection absolue et ne pourra sans doute jamais le faire dans l'avenir. Plus les techniques se raffinent, plus les méthodes pour les contourner se perfectionnent. La protection technique des titres numériques demeure nécessaire pour décourager les pirates à la source et les marginaliser, mais il est à prévoir que ce sera une bataille à long terme sur les plans technique et juridique.

Les solutions juridiques

Les solutions juridiques qui, dans le cas de Napster, ont été privilégiées par les acteurs de l'industrie, se retrouvent en fait dans le cadre réglementaire national de chaque pays, ainsi que dans celui dont s'est dotée la communauté internationale. Les principaux axes de protection qui existent pour les œuvres musicales numériques sont ceux des lois nationales sur le droit d'auteur (ou copyright), ceux inclus dans la Convention de Berne et dans les traités internationaux WCT et WPPT de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle.

Le droit d'auteur, qui est une législation nationale, est une protection donnée au titulaire des droits sur l'œuvre originale. Au Canada, l'exploitation des contenus musicaux sur réseau électronique, dont le réseau Internet, met principalement en cause le droit de reproduction, de communication au public par télécommunication ainsi que le droit d'autoriser. Ainsi, au cours des années, cette nouvelle forme d'exploitation des œuvres a nécessité des nouvelles interprétations de la loi et, malgré l'absence de dispositions spécifiques, la doctrine et la jurisprudence au Canada ont effectivement reconnu la protection accordée par la loi aux œuvres numérisées.

En droit international, le droit d'auteur est conféré par la Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques. Cette convention, signée par une majorité de pays membres de l'Organisation des nations unies, est administrée par l'une des seize agences onusiennes, l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI). Pour assurer la protection des œuvres dans le contexte de la numérisation, deux traités ont été

---

[7] Il est à noter qu'un dilemme se profile concernant cette technologie. Tout d'abord, Philips, détenteur du brevet sur le disque compact, refuse de reconnaître le nouveau produit comme un disque compact à proprement parler. Par ailleurs, un représentant démocrate au Congrès américain a soulevé des interrogations au sujet de cette nouvelle protection, qui serait contraire aux dispositions prévues par le Audio Home Recording Act de 1992 (AHRA).

signés en 1996 : le Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur (WCT) et le Traité de l'OMPI sur les interprétations et exécutions de phonogrammes (WPTT). Ces traités mettent en place les bases qui permettent d'appuyer la législation sur le droit d'auteur pour les œuvres numériques, tant pour leur reproduction que pour leur diffusion. Par ailleurs, les traités prévoient la mise en place, par les gouvernements des pays signataires, de mesures législatives nécessaires à la limitation du piratage et du contournement des mesures de protection techniques des œuvres. Pour l'heure, une bonne part des pays membres de l'OMPI ont signé les traités, et quelques-uns ont procédé à leur ratification. Par contre, on attend toujours qu'au moins 30 pays les aient ratifiés pour que ceux-ci entrent en vigueur. Notons que le Canada a signé ces traités en 1999 et que depuis ce temps, diverses phases de consultation ont été lancées par le gouvernement fédéral en vue de leur ratification. Les résultats des consultations devront être intégrés au rapport quinquennal sur la Loi sur la droit d'auteur et déposé au gouvernement en septembre 2002. C'est au terme de l'ensemble de cette démarche que les traités de 1996 pourraient être mis en vigueur au Canada.

6. Les stratégies des acteurs

Tous ces changements, induits par les développements technologiques et numériques dans le domaine de la musique, ont conduit les divers acteurs de l'industrie à remettre en question leurs stratégies d'action afin de se positionner rapidement dans la chaîne de valeur de l'industrie de la musique numérique. Actuellement, des stratégies sont encore en processus de redéfinition, mais les bases commencent à être posées et on voit tranquillement prendre forme le plan d'intervention des *Majors* tout comme celui des *labels* indépendants.

6.1 Les *Majors* de l'industrie du disque

Nous l'avons vu, pour les *Majors*, la gratuité de la musique en ligne et le développement de la vente de fichiers musicaux sur la toile étaient une menace concrète. En fait, c'est le monopole des cinq grands de l'industrie du disque sur la distribution de musique qui était menacé, donc leurs revenus. Évidemment, ces derniers n'ont pas tardé à réagir face à cette situation, et sont maintenant fin prêts à faire face aux changements à venir dans le domaine de l'édition et de la distribution de titres.

Afin de contrer la gratuité, les *Majors* ont, en partenariat, élaboré une stratégie visant à anéantir le plus imposant serveur d'échange de fichiers musicaux gratuits : Napster. Pour ce faire, les *Majors* se sont reposées sur une stratégie juridique, qui visait entre autres à établir une jurisprudence leur permettant ensuite de s'attaquer à l'ensemble des distributeurs de musique gratuite sur le Web. En gagnant la bataille contre Napster, l'industrie du disque

gagnait beaucoup. En fait, la fin de Napster impliquait le début des services de musique en ligne exploités par les *Majors* elles-mêmes, donc le contrôle de toute la distribution de musique, tant pour la vente au détail que pour la vente en ligne.

En plus de fournir des milliers de titres gratuits, le gros avantage de Napster était la diversité. On pouvait en effet y retrouver des titres édités par toutes les *Majors*, mais aussi par une foule d'éditeurs indépendants. Pour arriver à une telle diversité, les grands devaient élaborer une nouvelle stratégie, car s'ils n'offraient *que* le contenu de leur catalogue, ils ne pouvaient pas concurrencer une plateforme offrant tous les titres en un même lieu. Ils optèrent donc pour une stratégie fondée sur des partenariats et des alliances entre eux, mais également sur des portails Internet, des distributeurs de musique en ligne et de nouvelles technologies d'échange (voir Annexe 1). Cette stratégie permet aux *Majors* de ratisser plus large, et d'en venir à créer leur propre plateforme d'achat de musique numérique en ligne. Sony et Vivendi se sont donc associées pour créer leur propre service, *Pressplay*, qui offrira le contenu des deux maisons de disques aux consommateurs. Pour contrer ce projet et refusant de s'y associer, Bertelsmann, EMI et Warner ont aussi créé leur plateforme, *MusicNet*. Les deux sites compétiteurs sont maintenant en opération, et l'engouement ne semble pas aussi fort que prévu parmi les consommateurs. Par ailleurs, le département de la justice américaine a demandé à enquêter sur les deux plateformes des *Majors*. Le département cherche en fait à savoir si les deux groupes auraient enfreint les lois sur la concurrence en se consultant pour « fixer illégalement les prix et les conditions d'utilisation de leurs produits[8]. »

6.2 Les autres acteurs de l'industrie

Pour les autres acteurs, les stratégies sont généralement moins imposantes que celles des *Majors*. Mais, dans leur cas aussi, il fallait redéfinir les stratégies en fonction des nouvelles réalités du marché mondial du disque. Ainsi, certaines actions ont été entreprises par les *labels* indépendants, les distributeurs de musique en ligne et certains artistes pour assurer une présence sur la toile et faire face aux enjeux liés à la musique numérique.

- Les *labels* indépendants ont, grâce à la musique en ligne, une occasion de prendre leur place sur le marché et de se faire connaître du grand public. Ils ont une marge de manœuvre plus grande, car les circuits de distribution ne sont pas encore contrôlés par les *Majors*. Pour certains, la stratégie consistera à conclure des accords avec des distributeurs en ligne, alors que d'autres assureront eux-mêmes leur présence sur la toile.
- Les distributeurs de musique en ligne ont plusieurs options stratégiques devant eux, qui se fondent généralement sur des alliances et des partenariats avec les *Majors* ou

[8] CODÈRE, Jean-François. 2002. *L'industrie musicale au banc des accusés en 2002 ?* Multimédium, 8 janvier. www.mmedium.com/cgi-bin/nouvelles.cgi?Id-6127

avec les indépendants, selon le cas. Par ailleurs, un réseau de distribution gratuite s'est rapidement formé pendant le procès Napster, pour contrer les volontés des *Majors* de garder le contrôle sur les circuits de distribution.

- Certains artistes ont développé leur propre stratégie de promotion sur la toile, proposant des extraits sonores et vidéo de leurs œuvres.

7. L'industrie québécoise du disque : présence sur Internet et vente en ligne

7.1 La présence québécoise sur Internet

Depuis quelque temps déjà, les entreprises québécoises du disque et du spectacle ont commencé à prendre le virage Internet. Afin de dresser un portrait de l'avancement des développements technologiques dans l'industrie du disque au Québec, nous avons vérifié la présence sur Internet d'un échantillon de 96 entreprises ayant reçu un soutien de la SODEC en 2000-2001. Ces entreprises œuvrent dans le domaine du disque et du spectacle de variétés à titre de producteur ou de gérant.

En vertu du Programme d'aide aux entreprises du disque et du spectacle de variétés de la SODEC (PADISQ), les entreprises de l'industrie du disque au Québec sont divisées en deux grands secteurs d'activités, soit l'industriel et le para-industriel. Les entreprises du secteur industriel sont des « entreprises à but lucratif oeuvrant dans les domaines de la production et de la commercialisation de disques et de spectacles et de la gérance d'artistes. Par la fonction qu'elles occupent au sein de cette industrie culturelle au Québec, ces entreprises jouent un rôle stratégique dans le développement de la carrière des artistes québécois, et ce, tant en musique spécialisée qu'en variétés »[9]. Pour leur part, les entreprises du secteur para-industriel « s'inscrivent dans une démarche plutôt artisanale et soutiennent la carrière d'artistes œuvrant généralement à l'intérieur de créneaux peu commerciaux »[10] et leur chiffre d'affaires (hors subventions) ne dépasse pas 50 000 $.

---

[9] SODEC. 2001. *Programme d'aide aux entreprises du disque et du spectacle de variétés*. p. 1.
[10] Ibid. p. 4.

Tableau 3 Répartition des entreprises soutenues par la SODEC selon le secteur d'activité et selon leur présence sur Internet en 2001

Présence des entreprises	Secteur industriel	Secteur para-industriel	Total
Entreprises ayant un site web	33	11	44
Entreprises n'ayant pas de site web	31	21	52
Total	64	32	96

Source : SODEC

Le Tableau 3 indique que 33 entreprises du secteur industriel sur 64, soit environ 52 % d'entre elles, sont actuellement présentes sur Internet, c'est-à-dire qu'elles ont un site web. Dans le secteur para-industriel, qui représente 30 % des entreprises aidées par la SODEC en 2000-2001, 11 entreprises sur 32 ont un site web, soit environ 34 % d'entre elles. On constate donc que 75 % des entreprises que l'on peut retrouver sur Internet à l'heure actuelle sont des entreprises du secteur industriel.

Tableau 4 Répartition des entreprises soutenues par la SODEC, secteur industriel, selon le revenu annuel* en 1999-2000, et selon leur présence sur Internet en 2001

Tranches de revenus**	Entreprises ayant un site web	Entreprises n'ayant pas de site web	Total
Moins de 250 000 $	8	10	18
Entre 250 000 $ et 750 000 $	10	9	19
Entre 750 000 $ et 1 500 000 $	4	5	9
Entre 1 500 000 $ et 5 000 000 $	5	1	6
Plus de 5 000 000 $	2	2	4
Total	29	27	56

Source : SODEC

* Les chiffres d'affaires de 1999-2000 étaient disponibles pour 56 entreprises sur 64 dans le secteur industriel.

** Les revenus des entreprises incluent les subventions.

Étant donné que la création d'un site web entraîne des coûts assez considérables pour une entreprise, nous avons tenté d'évaluer comment les revenus annuels des entreprises pouvaient avoir un lien avec le fait qu'elles soient présentes ou non sur Internet. Comme on le voit au Tableau 4, dans le secteur industriel les revenus annuels des entreprises ne semblent pas liés à leur présence sur Internet. En fait, on constate que dans toutes les tranches de revenus, environ 50 % des entreprises sont sur le Web. Par contre, les entreprises ayant un revenu annuel entre 1,5 M$ et 5 M$ sont plus présentes sur le Web. En effet, environ 83 % d'entre elles ont un site Internet. Cependant, il ne semble pas que la variable « revenus » soit, dans l'ensemble, un facteur significatif de la présence sur Internet des entreprises québécoises du secteur industriel.

Tableau 5 Répartition des entreprises soutenues par la SODEC, secteur para-industriel, selon le revenu annuel en 1999-2000* et selon leur présence sur Internet en 2001

Tranches de revenus**	Entreprises ayant un site web	Entreprises n'ayant pas de site web	Total
Moins de 25 000 $	2	5	7
Entre 25 000 $ et 50 000 $	3	3	6
Entre 50 000 $ et 100 000 $	0	2	2
Plus de 100 000 $	1	0	1
Total	6	10	16

Source : SODEC
* Les chiffres d'affaires 1999-2000 étaient disponibles pour seulement 16 entreprises sur 32 dans le secteur para-industriel.
** Les revenus des entreprises incluent les subventions.

L'hypothèse se posait aussi dans le cas du secteur para-industriel. Dans ce cas, il est aussi difficile d'établir une corrélation entre les revenus annuels des entreprises et leur présence sur Internet. En effet, il est impossible d'affirmer que moins les revenus annuels des entreprises du secteur para-industriel sont élevés, moins elles sont présentes sur Internet. Par contre, au global, on pourrait dire que le revenu annuel est lié à la présence sur Internet des entreprises, car les entreprises du secteur industriel, qui représentent 75 % des entreprises ayant un site web, ont des revenus annuels beaucoup plus élevés que les entreprises du secteur para-industriel.

Tableau 6 Sites des entreprises soutenues par la SODEC, caractéristiques par secteur d'activités, 2001

Caractéristiques du site	Secteur industriel	Secteur para-industriel	Total
Catalogue	20	5	25
Fiches disque	17	4	21
Fiches artistes	25	8	33
Extraits vidéo	5	1	6
Extraits musicaux	15	7	22
Dispositif de vente en ligne	8	2	10
Vente par courriel	2	1	3
Lien vers distributeurs	4	0	4
Liens vers disquaires	2	1	3
Agenda/Tournées	17	8	25
Lien avec billeterie	3	0	3
Total des entreprises	33	11	44

Source : SODEC

Le Tableau 6 nous indique les principales caractéristiques des sites Internet des entreprises du domaine du disque et du spectacle de variétés, tant dans le secteur industriel que dans le secteur para-industriel. Certaines caractéristiques sont plus fréquentes que d'autres. Ainsi, sur près de 57 % des sites, on retrouve le catalogue des titres édités par l'entreprise, des fiches descriptives des disques sont disponibles sur 48 % des sites et des fiches sur les artistes sur

75 % des sites. De plus, 50 % des sites permettent l'écoute d'extraits musicaux, et 57 % d'entre eux proposent l'agenda des spectacles et tournées de leurs artistes. Par contre, très peu d'entreprises proposent un dispositif de vente en ligne ou de vente par système de courriel.

Au Québec, la vente en ligne de disques compacts par les producteurs eux-mêmes est donc peu courante. Par contre, quelques disquaires québécois ont un site web et proposent aux internautes un service de vente en ligne complémentaire à la vente en magasin. Ainsi, Archambault, Renaud-Bray (parallèlement à la vente de livres en ligne), et HMV offrent aux consommateurs de faire leurs achats de disques compacts directement sur leur site web. Selon nos recherches, aucune entreprise québécoise n'offre actuellement un service de téléchargement payant.

À la lumière de l'information recueillie sur les sites web des entreprises québécoises, dans le domaine du disque et du spectacle de variétés (voir tableau détaillé à l'Annexe 2), nous avons constaté qu'environ 77 % d'entre eux pouvaient être qualifiés de sites de base, c'est-à-dire offrant aux internautes un nombre limité de services, alors que 33 % d'entre eux auraient un site plutôt complet. On peut donc dire que la présence des entreprises québécoises sur Internet commence à se faire sentir, mais que le marché de la vente en ligne, à l'exception de certains disquaires, n'est pas encore investi par la filière.

7.2 Les programmes d'aide au développement technologique et numérique pour les entreprises québécoises du disque et du spectacle de variétés

Dans le but de dresser un portrait de l'aide offerte aux entreprises québécoises de l'industrie du disque et du spectacle de variétés pour le développement technologique et numérique, nous avons répertorié les principaux programmes offerts par le gouvernement du Québec et par le gouvernement fédéral ainsi que les travaux qui pourraient mener à la création ou à la modification de certains dispositifs de soutien.

7.2.1 Les programmes du gouvernement du Québec et de ses organismes

Appui à la création et au rayonnement d'un contenu québécois en français sur Internet — Fonds de l'autoroute de l'information du Québec

Ce programme a été créé dans le cadre de la Politique québécoise de l'autoroute de l'information adoptée en avril 1998. Le programme s'adresse aux entreprises québécoises dûment constituées, à but lucratif ou non, qui présentent un projet visant à : soutenir la diffusion sur Internet de contenu québécois en français, accroître le rayonnement de la culture et de l'identité québécoises et faire bénéficier l'industrie québécoise des retombées des investissements étatiques. Les projets visant à commercialiser les produits d'une entreprise sur Internet ne sont pas admissibles. Le montant maximal de la subvention s'élève généralement à 200 000 $. L'aide est octroyée sous forme de subvention.

Dispositifs d'aide — SODEC

Comme suite à la production du présent rapport, la SODEC se penchera dans les prochains mois sur le dossier du commerce électronique du disque d'une part et, d'autre part, sur la pertinence d'adapter la mesure de crédit d'impôt pour la production d'enregistrements sonores aux mutations de support de commercialisation en cours.

7.2.2 Les programmes du gouvernement fédéral et de ses organismes

Culture canadienne en ligne — Patrimoine canadien

Les programmes de financement de Culture canadienne en ligne regroupent différents dispositifs qui visent à favoriser la présence de contenu culturel canadien sur Internet. Deux de ces dispositifs visent de façon particulière l'industrie de la musique, soit :

- le fonds du droit d'auteur électronique : ce fonds vise *à faciliter l'affranchissement des droits en ligne pour gérer plus efficacement le droit d'auteur dans un milieu numérique* ;
- le programme des entrepreneurs de la musique : ce programme, bien qu'il ne soit pas encore en vigueur, sera géré par Téléfilm Canada et *aidera financièrement les entrepreneurs canadiens à faire la transition vers le numérique, à contribuer efficacement à l'épanouissement des artistes canadiens et à devenir autosuffisants.*

Annexe 1

Les *Majors* de l'industrie du disque : alliances et partenariats

Les *Majors* de l'industrie du disque : alliances et partenariats

	AOL Time Warner	Bertelsmann	EMI	Sony Corporation	Vivendi Universal
Maisons de disque	Warner Music Group	Bertelsmann Music Group Entertainment	EMI Music, Virgin Music	Sony Music	Universal Music Group
Holding Internet		Bertelsmann eCommerce Group			Viventure
Portail Musical		Lycos Music, M6Music, Click2Music.com			Vizzavi, UMusicPub.com, iFrance
Site d'information spécialisée	The Direct Audio Video Express (DAVE)	BMGMusicServices.com			RollingStone.com DownBeat.com
Disquaire en ligne	Partenariat avec CDNow, CDPlus.com et MediaPlay.com	CDNow, BOL, Get Music, Barnes & Nobles		The Store, Musiclub	GetMusic
Communauté d'artistes	Présence dans plusieurs pays dont la France avec FranceMP3	Accord avec MP3.com		Accord avec Vitaminic	Balanceleson.com, Accord avec MP3.com
Radio en ligne	Spinner, SHOUTCast				
Service *peer-to-peer*	Aimster en passager clandestin	Napster		Pressplay	Pressplay
Service de *streaming* à la demande	Accord avec Listen.com et MusicBank.com, MusicNet	Accord avec Listen.com et MusicBank.com, MusicNet	Accord avec MusicBank, Listen.com, LauchMedia.com, MusicNet		Accord avec Listen.com, MP3.com, Farmclub.com
Service de téléchargement	MusicNet	Direct Download, MusicNet	MusicNet	BitMusic, Pressplay	Emusic, Pressplay
Lecteur multimédia	Winamp			OpenMG Jukebox, accord avec RealNetworks	
Codec	Partenariat avec Liquid audio et Microsoft			ATRAC 3	BlueMatter
Gestion des droits numériques	Participe au SDMI	Digital World Service	Participation dans Roxio, accord avec LiquidAudio et Microsoft	MagicGate, OpenMG	Accord avec InterTrust
Réseau de diffusion	AOL, avec sa filiale RoadRunner et accord avec Nortel Networks			Electronique grand public dont baladeurs, télévision, console de jeux vidéo, PC	Télévision, téléphone mobile
Autres contenus	Cinéma, télévision, presse, radio	Presse, radio, télévision avec RTL Group		Cinéma, jeux vidéo	Cinéma, télévision, presse

Source : IDATE

Annexe 2

La présence québécoise sur Internet : portrait des sites Internet (août 2001)

	Secteur						Achat en ligne										Caractéristique du site	
Nom de l'entreprise	Indus-triel	Para-indus-triel	Site Web	Disques	Spec-tacles	Gerance	Catalogue	Fiches disques	Extraits video	Extraits musicaux	Fiches artistes	Par courriel	Systeme de vente en ligne	Lien avec distri-buteurs	Lien vers un disquaire	Agenda /Tournees	Lien avec billeterie	Complet	De base
DISQUES AUDIOGRAMME inc.	1		www.audiogram.com	1			X	X	X	X	X					X		X	
MANAGER GLOBAL	1					1													
GROUPE ANALEKTA inc.	1		www.analekta.com	1	1	1	X	X		X	X		X	X	X				X
GSI MUSIQUE (GESTION SON IMAGE)	1		www.gsimusique.com	1	1	1	X			X	X					X			X
MUSI-ART	1			1	1	1													
L'ÉQUIPE SPECTRA inc.	1				1	1													
LES FILMS ROZON inc.	1		www.hahaha.com		1	1	X				X		X			X	X		X
LA CIE LARRIVÉE CABOT CHAMPAGNE	1			1	1	1													
A&R RECORDS (SONOGRAM inc.)	1		www.sonogram.qc.ca	1															X
AVALANCHE PRODUCTIONS	1			1	1	1													
BEAUREGARD ET ASSOCIÉS	1		www.francor.qc.ca	1	1	1	X	X		X	X			X					X
BEAUX-ARTS LONG REACH FINE ARTS inc.	1		www.longreachefinearts.com			1					X								X
DIFFUSION YFB inc.	1		www.enclapointe.com	1	1	1													
DIRECTION D'ARTISTES FLEMING (9021-3109 Québec inc.)	1		www.flemingartistesmanagement.qc.ca			1				X	X					X			X
DISQUES ATMA inc. (Les)	1		www.atmaclassique.com	1			X	X			X			X		X		X	
DISQUES INDICA inc.	1		www.indica-records.com	1		1					X					X			X
DISQUES JUSTIN TIME inc.	1		www.justin-time.com	1			X	X		X	X		X	X		X		X	
DISQUES LEILA	1			1	1	1													
DISQUES MONTRÉAL inc.	1			1															
DISQUES NUITS D'AFRIQUE	1		www.festnuitafric.com	1	1		X				X					X	X		X
DISQUES PASSEPORT inc. (Les)	1		www.passeport.qc.ca	1			X	X	X	X	X					X		X	
DISQUES PELLÉAS	1			1															
ORANGE MUSIC / DISQUES PORT-ROYAL inc.	1		www.orangemusic.net	1		1	X	X		X	X	X							X
DISQUES TOX inc. (Les)	1		www.toxrecords.com	1		1	X	X			X					X			X
DISTRIBUTION AMBIANCES MAGNÉTIQUES etc. inc.	1		www.actuellecd.com	1			X	X		X	X		X						X
GESTION ALBERT DUGAS inc.	1				1	1													
GROUPE M.P.L. INC.	1		www.disquesmpv.com	1	1														
GUY CLOUTIER COMMUNICATIONS	1			1	1	1													
IMPRÉSARII PLUS inc.	1			1	1														
INUKSHUK-PRODUCTIONS inc.	1		www.inukshukproductions.ca	1			X						X						X
LATITUDE 45 / Arts promotion	1		www.latitude45arts.com			1					X								X
MANAGEGEMENT ENCORE inc.	1				1	1													
LE MUSICOMPTOIR inc.	1			1	1	1													
PRODAT inc.	1				1														
MULTI PASS MUSIC / PRODUCTIONS ALAIN DUPUIS	1		www.multipassmusic.net	1		1	X	X	X	X	X					X		X	
PRODUCTIONS ANACROUSE	1				1	1													

Nom de l'entreprise	Indus-triel	Para-indus-triel	Site Web	Disques	Spec-tacles	Gérance	Catalogue	Fiches disques	Extraits vidéo	Extraits musicaux	Fiches artistes	Par courriel	Système de vente en ligne	Lien avec distri-buteurs	Lien vers un disquaire	Agenda /Tournées	Lien avec billeterie	Complet	De base
PRODUCTIONS BROS inc (Les)	1		www.bros.ca	1	1	1	X	X		X	X		X		X			X	
[redacted]	1		www.productionsbyc.com	1	1	1													
PRODUCTIONS DE L'ONDE	1		www.bori.com	1	1	1													X
PRODUCTIONS FAIS PAS LE FOU inc.	1					1													
PRODUCTIONS FOGEL SABOURIN	1				1														
PRODUCTIONS FOLLE AVOINE	1			1	1														
PRODUCTIONS JACQUES K. PRIMEAU	1					1													
PRODUCTIONS JEAN-PIER DOUCET inc.	1					1													
PRODUCTIONS MICHELINE SARRAZIN inc. (Les)	1				1	1													
PRODUCTIONS MILLE-PATTES inc.	1		www.millepattes.com	1	1	1	X	X		X	X		X			X		X	
PRODUCTIONS OCTANT inc.	1				1	1													
PRODUCTIONS PASCALE GRAHAM	1				1	1													
PRODUCTIONS PHANEUF	1		www.phaneuf.ca	1	1	1	X	X	X	X	X		X			X		X	
PRODUCTIONS PIERRE TREMBLAY inc.	1		www.ddouble.qc.ca	1															
PRODUCTIONS-ÉDITIONS Marc Labelle inc.	1			1															
DISQUE RADAR / PRODUCTIONS RADAR inc.	1			1	1	1													
PRODUCTIONS SERGE PARÉ inc.	1				1	1													
PRODUCTIONS DU SINGE BLEU	1					1													
SLS IMEX inc.	1		www.vvrecords.com	1			X	X	X	X	X	X				X		X	
STUDIO MULTISONS inc. (DISQUES ARTIC)	1		www3.sympatico.ca/article	1				X			X					X			X
TACCA MUSIQUE inc.	1			1															
INTERDISC DISTRIBUTION / DISQUES TRANSIT		1		1															
W.E. (GREENLAND PRODUCTIONS)	1		www.greenland.ca		1											X	X		X
AGENCE TOP LA		1		1		1													
BAZILE VLADIMIR (AMUSEMENT AKADÉMIA)		1				1													
CONSULT'ART		1		1	1	1													
CORDE DE BOIS (La)		1	www.lacordedebois.com	1				X		X	X					X			X
DAUPHIN VOLANT	1			1															
DISCOS DEL TORO		1		1															
DISQUES EFFENDI inc.		1	www.effendirecords.qc.ca	1			X			X	X	X	X			X		X	
DISQUES FARMER		1	www.farmer.qc.ca	1			X			X	X					X			X
DISQUES LUNOU		1	www.lunou.com	1		1	X	X		X	X					X			X
DISQUES MÉGA		1		1															
DISQUES URSH	1		www3.sympatico.ca/ursh/karenyoung	1			X	X			X					X			X
FAMA COMMUNICATIONS		1				1													
GROUPE REDCORE (DISQUES AMALGAME)		1	www.amalgame.qc.ca	1			X		X	X	X		X			X			X

Nom de l'entreprise	Indus-triel	Para-indus-triel	Site Web	Disques	Spec-tacles	Gérance	Catalogue	Fiches disques	Extraits vidéo	Extraits musicaux	Fiches artistes	Par courriel	Système de vente en ligne	Lien avec distri-buteurs	Lien vers un disquaire	Agenda /Tournées	Lien avec billeterie	Complet	D' base
GWENWED		1	www.gwenwed.com	1				X		X	X					X			X
IKS		1		1	1														
MERRY MAKERS		1	www.merrymakers.freeservers.com	1	1					X	X								X
PARTENARIAT INTERNATIONAL	1		www.partenariat.net/fr/abatis	1	1	1					X								X
POMME ZED		1	www.pomzed.ch	1															X
PRODUCTIONS BASTINGALLE		1			1														
PRODUCTIONS BROUILLÉ ET ASSOCIÉS inc.		1				1													
PRODUCTIONS CATHERINE LAMBERT		1		1															
PRODUCTIONS COSAK		1		1															
PRODUCTIONS HURRICANE		1				1													
PRODUCTIONS PAC		1		1															
PRODUCTIONS DU PRÊT-À-RIRE enr.		1			1														
PRODUCTIONS ROMARTIS	1			1	1	1													
PRODUCTIONS SYLVIE TRUDEAU		1				1													
PRODUCTIONS TEMPO PRIMO inc.	1		www.bernardprimeau.com	1	1		X	X		X	X								X
DISQUES TOUT CRIN		1		1	1														
PRODUCTIONS TNT		1	www.tntbands.com		1											X			X
PRODUCTIONS WAHWAH		1				1													
PRODUCTIONS ZONEM inc.		1	www.zonem.net	1			X	X			X				X	X			X
PROMOTIONS DAN BIBO	1					1													
R&R MUSIK		1				1													
[redacted]		1	http://subsonik.linenoiz.com	1															
ZONE 4		1			1														
ZOOBONE RECORDS		1		1															
	64	32		64	43	50													

**Les Productions de Grandmont inc.* et *Soumalias, Peter* sont présent dans le rapport annuel mais pas dans liste

Source : SODEC, août 2001

Disponible dans cette collection :

N° 02-01-D *Les Développements technologiques et numériques dans le domaine de la musique – État de situation* – février 2002 (Anne-Marie Gill, Françoise Montambeault)

N° 02-02-D *L'Industrie du disque et du spectacle de variétés au Québec – Portrait économique des entreprises* – février 2002 (Marc Ménard)

N° 02-03-L *La Librairie agréée au Québec : sur la concordance entre les critères d'agrément et la réalité économique* – février 2002 (Marc Ménard)

N° 02-04-C *Dix ans d'aide fiscale au cinéma et à la production télévisuelle au Québec* – février 2002 (Dominique Jutras)